

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan**

Metode bagi suatu penelitian merupakan suatu alat didalam pencapaian suatu tujuan untuk memecahkan suatu masalah. Menurut Sugiyono (2016:2) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Data yang diperoleh dari penelitian dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi suatu masalah. Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif dan verifikatif.

Metode penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2016:11) adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel lain yang diteliti dan dianalisis sehingga menghasilkan kesimpulan. Sedangkan penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2016:11) adalah suatu penelitian yang ditunjukan untuk menguji teori, dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan sementara penelitian.

Metode deskriptif yang digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui dan mengkaji:

1. Bagaimana tanggapan pelanggan tentang media promosi Alisha Fancy Shop Buah Batu.
2. Bagaimana tanggapanpelanggan tentang kualitas produk Alisha Fancy Shop Buah Batu.

3. Bagaimana tanggapan pelanggan tentang keputusan pembelian Alisha Fancy Shop Buah Batu.

### 3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel merupakan aspek yang paling penting dari suatu penelitian, karena dengan variabel peneliti dapat melakukan pengolahan data yang bertujuan untuk memecahkan masalah penelitian atau menjawab hipotesis penelitian. Variabel-variabel tersebut kemudian di operasionalisasikan berdasarkan dimensi, indikator, ukuran, dan skala penelitian. Adapun penjelasan lebih lanjut mengenai definisi dan operasionalisasi variabel penelitian adalah sebagai berikut.

#### 3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Istilah variabel dapat diartikan bermacam-macam. Dalam tulisan ini variabel diartikan sebagai segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan penelitian. Menurut Sugiyono (2016:61) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel terikat (*dependent variable*) dan variabel bebas (*independent variable*). Variabel ini melibatkan tiga variabel, yaitu variabel media promosi ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), sebagai variabel independen dan keputusan pembelian ( $Y$ ) sebagai variabel dependen.

1. Media promosi sebagai variabel ( $X_1$ )

Menurut Phillip Kotler dan Kevin Keller (2016:642) mengatakan bahwa

*“Promotion media are a means for consumers to share text, and images*

*information with each other and with companies, and vice versa”.*

2. Kualitas produk sebagai variable (X2)

Menurut Kotler Amstrong (2012:283), kualitas produk adalah *“the product quality is the ability of a product to perform is functions. Copabilities include durability, reability, accurancy produced, easy to operate and repair, and other atributes are valuable in the overall product”.*

3. Keputusan pembelian sebagai variabel (Y)

Menurut Schiffman & Kanuk yang dialih bahasakan oleh Zulkifli (2012:102) menjelaskan “Keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan”.

### **3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Dalam setiap penelitian pasti terdapat variabel penelitian.Operasionalisasivariabel merupakan indikator yang digunakan dalam penyusunan penelitian. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang diteliti, terdiri dari dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas yang pertama (X1) adalah media promosi. Variabel bebas yang kedua (X2) adalah kualitas produk. Kemudian satu-satunya variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah keputusan konsumen. Untuk melakukan pengolahan data, diperlukan unsur lain yang berhubungan dengan variabel seperti konsep variabel, dimensi, indikator, ukuran, dan skala dimana variabel penelitian akan diukur dengan skala ordinal. Operasionalisasi variabel untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel / Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<b>Media Promosi (X1)</b> <i>“Promotion media are a means for consumers to share text, and images information with each other and with companies, and vice versa”.</i>  Phillip Kotler dan Kevin Keller (2016:642)	1. Poster	Karya seni atau desain grafis yang memuat komposisi gambar dan huruf diatas kertas.	Tingkat karya seni atau desain grafis yang memuat komposisi gambar dan huruf diatas kertas.	Ordinal	1
	2. Billboard	Suatu sarana atau media promosi yang mempunyai unsur memberikan informasi atau mengiklankan suatu event.	Tingkat suatu sarana atau media promosi yang mempunyai unsur memberikan informasi atau mengiklankan suatu event.	Ordinal	2
	3. Banner	Media promosi yang dicetak dengan print digital.	Tingkat media promosi yang dicetak dengan print digital.	Ordinal	3
	4. Brochure	Alat untuk promosi barang, jasa dan lain-lain yang terbuat dari kertas.	Tingkat alat untuk promosi barang, jasa dan lain-lain yang terbuat dari kertas	Ordinal	4
	5. Catalog	Sarana bagi perusahaan untuk menyajikan secara rinci cakupan produk dan jasa.	Tingkat sarana bagi perusahaan untuk menyajikan secara rinci cakupan produk dan jasa.	Ordinal	5
	6. Website	Halaman web yang	Tingkat Halaman	Ordinal	6

Variabel / Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
		disediakan secara perorangan, kelompok, atau organisasi.	web yang disediakan secara perorangan, kelompok, atau organisasi.		
<b>Kualitas produk (X2)</b> “Kualitas produk adalah keunggulan yang dimiliki oleh produk tersebut.  Garvin A Dale yang dialih bahasakan oleh Alma (2013:26)	1.Kinerja	Kecepatan, kemudahan, dan kenyamanan pengguna	Tingkat Kecepatan, kemudahan, dan kenyamanan pengguna	Ordinal	9
	2.Ciri-ciri / keistimewaan	Karakteristik sekunder atau pelengkap	Tingkat Karakteristik sekunder atau pelengkap	Ordinal	10
	3.Kesesuaian dengan spesifikasi	Pengawasan kualitas dan desain.	Tingkat Pengawasan kualitas dan desain.	Ordinal	11
	4.Keandalan	Kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai	Tingkat Kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai	Ordinal	12
	5.Daya tahan	Berapa lama produk tersebut dapat digunakan	Tingkat Berapa lama produk tersebut dapat digunakan	Ordinal	13
	6.Estetika	Keindahan desain produk, keunikan model produk, dan kombinasi	Tingkat Keindahan desain produk, keunikan model	Ordinal	14

Variabel / Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
			produk, dan kombinasi		
<b>Keputusan pembelian (Y)</b> “Keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan”.  Schiffman & Kanuk yang dialih bahasakan oleh Zulkifli (2012:102)	1.Pemilihan produk	Pemilihan jenis perlengkapan haji dan umrah yang sesuai dengan kebutuhan	Tingkat keputusan pembelian konsumen berdasarkan produk	Ordinal	15
	2.Pemilihan merek	Pemilihan atas merek perlengkapan haji dan umrah	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan merek	Ordinal	16
	3.Pilihan penyaluran	Pemilihan penyalur perlengkapan haji dan umrah berdasarkan lokasi	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan lokasi dan tempat	Ordinal	17
	4.Waktu pembelian	Siklus pembelian perlengkapan haji dan umrah dilakukan dengan waktu tertentu	Tingkat keputusan pembelian dalam suatu waktu	Ordinal	18
	5.Jumlah pembelian	Jumlah pembelian berdasarkan kebutuhan	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan jumlah kebutuhan produk	Ordinal	19
	6.Metode pembayaran	Kemudahan metode pembayaran	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan alat pembayaran yang di sediakan.	Ordinal	20

Sumber : Olah peneliti 2018

### 3.3 Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini, penulis membutuhkan objek atau subjek agar masalah dapat terpecahkan. Populasi merupakan objek dalam penelitian ini dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data. Dan untuk mempermudah pengolahan data maka penulis akan mengambil bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang disebut sampel. Sampel peneliti diperoleh dari teknik sampling tertentu.

#### 3.3.1. Populasi

Populasi merupakan sekumpulan objek yang ditentukan melalui kriteria dan dapat dikategorikan ke dalam objek tersebut berupa manusia, dokumen-dokumen, dan alat-alat organisasi lainnya. Menurut Sugiyono (2017:80) menyatakan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Berdasarkan pengertian menurut teori tersebut dapat diketahui bahwa populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pengunjung yang datang untuk membeli produk Alisha Fancy Shop Cabang Buah Batu. Berikut kesimpulannya yakni dapat dilihat dari tabel dibawah ini

**Tabel 3.2**  
**Jumlah Transaksi Alisha Fancy Shop Buah Batu**  
**Selama 3 Bulan**

Bulan	Tahun 2017
Oktober	190
November	180
Desember	150
Jumlah	520

Sumber: Alisha Fancy Shop Cabang Buah Batu

Berdasarkan Tabel 3.2 menjelaskan bahwa data pengunjung yang membeli produk Alisha Fancy Shop Cabang Buah Batu selama 3 bulan berjumlah 520

### 3.3.2. Sampel

Pengertian sampel menurut (Sugiyono, 2016:81) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. Penelitian ini tidak menggunakan seluruh anggota populasi diambil menjadi sampel, melainkan hanya sebagian dari populasi saja. Hal ini dikarenakan keterbatasan yang dimiliki peneliti dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dan jumlah populasi yang terlalu banyak. Oleh karena itu sampel yang diambil harus betul-betul sangat representatif (benar-benar mewakili). Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

- $n$  = Jumlah sampel
- $N$  = Jumlah populasi
- $e^2$  = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolekir (tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%)

Populasi  $N = 585$  dengan asumsi tingkat kesalahan ( $e$ ) = 10%, maka jumlah sampel yang harus digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak



$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} = \frac{520}{1 + 520(0,1)^2} = 99,80 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Jadi dari perhitungan diatas, untuk mengetahui ukuran sampel dengan tingkat kesalahan 10% adalah sebanyak 100 Pelanggan.

### 3.3.3. Teknik Sampling

Dalam pengambilan sampel terdapat teknik untuk melakukan penelitian, sampel pada suatu penelitian terkadang memiliki jumlah populasi yang sangat banyak sehingga tidak memungkinkan untuk melakukan penelitian secara menyeluruh. Menurut Sugiyono (2013:116) menjelaskan bahwa teknik sampel merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat beberapa teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling dibagi menjadi dua kelompok yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Menurut Sugiyono (2013:120), “*nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak diberi peluang atau kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”. *Nonprobability sampling* terdiri dari sampling sistematis, sampling kuota, *sampling incidental*, sampling jenuh, dan *snow ball sampling*.

Pada laporan penelitian ini peneliti menggunakan *sampling incidental*, menurut Sugiyono (2013:122) ‘*sampling incidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data maka dapat dijadikan sebagai sumber data untuk bahan penelitian’.

### 3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data dan keterangan-keterangan lainnya dalam penelitian terhadap masalah yang menjadi objek penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Penelitian Lapangan (*field research*)

Penelitian Lapangan merupakan penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh langsung dari responden dan mengamati secara langsung tugas-tugas yang berhubungan dengan Alisha Fancy Shop cabang Buah Batu, sehingga menghasilkan data primer. Data primer dapat diperoleh melalui beberapa cara, yaitu :

##### a. Wawancara

Wawancara secara langsung antara peneliti dengan dengan tanya jawab kepada *owner* Alisha Fancy Shop berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Hal ini dilakukan untuk menggali, mengumpulkan, menemukan informasi yang dibutuhkan atau yang berhubungan dengan penelitian sehingga diharapkan memperoleh data yang lebih jelas.

##### b. Observasi

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara meninjau atau mengunjungi perusahaan yang bersangkutan secara langsung, untuk mencatat informasi yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti dan untuk mendapatkan informasi mengenai permasalahan yang terjadi pada perusahaan tersebut.

##### c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengolahan data dengan menyebarkan

pertanyaan kepada pelanggan Alisha Fancy Shop. Hal ini untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan mengenai masalah yang diteliti. Bentuk kuesioner yang dibuat adalah kuesioner berstruktur, dimana materi pertanyaan menyangkut pendapat konsumen mengenai media promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Alishan fancy Shop cabang Buah Batu.

## 2. Penelitian Kepustakaan (*library research*)

Studi kepustakaan merupakan metode pengumpulan data sekunder berdasarkan *literature-literature*, buku-buku yang berkaitan dengan variable penelitian dan bertujuan untuk mengetahui teori yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti, data sekunder dapat diperoleh melalui beberapa cara, yaitu :

### a. Studi Keputusan

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari *literatur* atau sumber yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Studi perpustakaan diperoleh dari data sekunder yaitu *literature-literature*, buku-buku yang berkaitan dengan objek yang diteliti dan bertujuan mengetahui teori yang kaitannya dengan masalah yang diteliti.

### b. Jurnal

Data pendukung yang berhubungan dengan penelitian yang membahas berbagai macam ilmu pendidikan serta penelitian di anggap relevan dengan topik pendidikan.

c. Internet

Dengan cara mencari data-data yang berhubungan dengan topik penelitian yang dipublikasikan di internet baik yang berbentuk jurnal makalah ataupun karya tulis.

### **3.5 Teknik Pengolahan Data**

Penelitian kuantitatif dalam analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Untuk penelitian yang tidak merumuskan hipotesis, langkah terakhir tidak dilakukan.

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Terdapat dua macam statistik yang digunakan untuk analisis data dalam penelitian, yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial. Pada statistik inferensial terdapat statistik parametris dan non parametris. Karena data yang digunakan dan diperoleh dari pengukuran dengan instrumen sikap dengan skala likert maka statistik yang digunakan adalah statistik parametris.

#### **3.5.1 Uji Validitas**

Validitas menurut Sugiyono (2016:177) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item

dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

Untuk mencari nilai korelasinya penulis menggunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment* dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{((n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2))}}$$

Keterangan :

- r = Koefisien validitas item yang dicari
- x = Skor yang diperoleh
- y = Skor total instrument
- n = Jumlah responden dalam uji instrument
- $\sum x$  = Jumlah hasil pengamatan variabel X
- $\sum y$  = Jumlah hasil pengamatan variabel Y
- $\sum xy$  = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y
- $\sum x^2$  = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor X
- $\sum y^2$  = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor Y

Dasar mengambil keputusan:

- a. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka instrumen atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)
- b. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka instrumen atau item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)

### 3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama ( Sugiyono, 2012 : 177). Uji

realianilitas kuesioner dalam penelitian digunakan metode split half item tersebut dibagi menjadi dua kelompok yaitu kelompok item ganjil dan kelompok item genap. Kemudian masing-masing kelompok skor tiap itemnya dijumlahkan sehingga menghasilkan skor total. Apabila korelasi 0,7 maka dikatakan item tersebut memberikan tingkat reliabel yang cukup, sebaliknya apabila nilai korelasi dibawah 0,7 maka dikatakan item tersebut kurang reliabel.

Adapun rumus untuk mencari reliabelitas adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\Sigma AB) - (\Sigma A)(\Sigma B)}{\sqrt{((n\Sigma A^2) - (\Sigma A)^2)(n(\Sigma B^2) - (\Sigma B)^2)}}$$

Keterangan :

$r_b$  = Koefisien korelasi *product moment*

A = Variabel nomor ganjil

B = Variabel nomor genap

$\Sigma A$  = Jumlah total skor belahan ganjil

$\Sigma B$  = Jumlah total skor belahan genap

$\Sigma AB$  = Jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan belahan genap

$\Sigma A^2$  = Jumlah kuadran total skor belahan ganjil

$\Sigma B^2$  = Jumlah kuadran total skor belahan genap

Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus korelasi *Spearman Brown* sebagai berikut:

$$r = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b}$$

Keterangan :

r = Nilai reliabilitas

$r_b$  = Korelasi *pearson product moment* antar belahan pertama (ganjil) belahan kedua (genap), batas reliabilitas minimal 0,7

Setelah mendapatkan nilai reliabilitas ( $r_b$  hitung), maka nilai tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata. Berikut keputusannya :

- a. Bila  $r$  hitung  $>$  dari  $r$  tabel, maka instrumen tersebut dikatakan reliabel
- b. Bila  $r$  hitung  $<$  dari  $r$  tabel, maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel

Selain valid, alat ukur tersebut juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan cara menguji coba instrument sekali saja, kemudiandianalisis dengan menggunakan metode *alpha cronbach*. Kuisisioner dikatakan andal apabila koefisien reliabilitas bernilai positif dan lebih besar dari pada 0,70. Maka secara keseluruhan pesrnyataan dikatakan reliable.

### 3.6 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Analisis data pada penelitian kuantitatif merupakan hasil pengolahan data atas jawaban yang diberikan responden terhadap pertanyaan dari setiap item kuisisioner. Setelah data dari seluruh responden terkumpul, maka peneliti melakukan pengelompokkan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah. Analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen ( $X_1, X_2$ ) terhadap variabel dependen ( $Y$ ). Metode analisis data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah penelitian ini menggunakan perhitungan statistik regresi linear berganda berdasarkan perolehan data dari responden atas kuisisioner yang disebarkan.

### 3.6.1 Uji *Method of Succesive Interval* (Uji MSI)

Data yang didapat dari kuesioner merupakan ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala pengukurannya menjadi skala interval melalui “*Method of Succesive Interval*”. Menurut Umi Narimawati, dkk (2010:47) langkah untuk melakukan transformasi data adalah sebagai berikut:

1. Ambil data ordinal hasil kuesioner.
2. Untuk setiap pertanyaan, hitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya.
3. Menghitung nilai  $z$  (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulatif. Untuk data  $> 30$  dianggap mendekati luas daerah bawah kurva normal
4. Menghitung nilai densitas untuk setiap proporsi kumulatif dengan memasukkan nilai  $z$  pada rumus distribusi normal.
5. Menghitung nilai skala dengan rumus *Method Of Succesive Interval*, dengan rumus :

$$SV = \frac{(Density\ at\ lower\ limit) - (Density\ at\ upper\ limit)}{(Area\ under\ upper\ limit) - (Area\ under\ lower\ limit)}$$

Dimana :

SV(Scala Value)	= rata-rata interval
Density at lower limit	= kepaduan batas bawah
Density at upper limit	= kepaduan batas atas
Area under upper limit	= daerah dibawah batas atas
Area under lower limit	= daerah dibawah batas bawah

6. Menggunakan nilai transformasi (Nilai untuk skala interval) dengan



menggunakan rumus :

$$Y = SV + (\text{Nilai Skala} + 1)$$

### 3.6.2 Analisis Deskriptif

Menganalisis data yang diperoleh melalui kuesioner dengan metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan sejauh mana persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan *Syndicate barbershop* Bandung. Pilihan jawaban akan diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pertanyaan atau tidak mendukung pernyataan. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat responden tentang fenomena sosial. Dalam skala *Likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dan dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen dimana alternatifnya berupa pertanyaan. Jawaban dari setiap item instrumen yang menggunakan skala *Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif, yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban pertanyaan. Skor atas pilihan jawaban untuk kuesioner yang diajukan untuk pertanyaan adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Skala *Likert***

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Cukup Setuju (CS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2012:94)

Setiap pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan kedua variabel tersebut (variabel bebas dan variabel terikat) dalam operasionalisasi variabel ini semua diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuisioner yang memenuhi pertanyaan-pertanyaan tipe skala likert. Untuk menentukan jawaban responden termasuk kedalam golongan tinggi, sedang atau rendah terlebih dahulu ditentukan skala intervalnya dengan cara sebagai berikut:

$$NJI \text{ (NilaiJenangInterval)} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$$

**Tabel 3.4**  
**Kategori Skala**

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1	Sangat Tidak Baik	1,00-1,80
2	Tidak Baik	1,81-2,60
3	Cukup Baik	2,61-3,40
4	Baik	3,41-4,20
5	Sangat Baik	4,21-5,00

Sumber : Sugiyono (2012:134)

### 3.6.3 Analisis Verivikatif

Metode kuantitatif (verivikatif) adalah metode pengolahan data dalam berbentuk angka untuk memudahkan dalam menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Menurut Sugiyono (2012:13) menyatakan bahwa “metode kuantitatif merupakan metode analisis yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu. Analisis data bersifat kuantitatif atau lebih dikenal dengan statistik dilakukan dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Dalam menggunakan analisis verivikatif dapat menggunakan beberapa metode yang dijelaskan sebagai berikut:

### 3.6.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2013:210) menyatakan bahwa “ analisis regresi berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variable tertentu bila variable lain berubah”. Jumlah variabel independen yang diteliti lebih dari satu, sehingga dikatakan regresi berganda. Hubungan antara variable tersebut dapat dicirikan melalui model matematika yang disebut dengan model regresi. Model regresi berganda dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari variable yang diteliti. Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari variable yang diteliti. Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan antara variable  $X_1$  (media promosi) dan  $X_2$  (Kualitas produk) dan  $Y$  (Keputusan pembelian). Rumus yang digunakan yaitu :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Dimana :

$Y$  = variable terikat (Keputusan pembeli)

$a$  = konstanta

$\beta$  = koefisien regresi

$X_1$  = Media promosi

$X_2$  = Kualitas produk

### 3.6.3.2 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Apabila  $r^2$  mempunyai nilai antara 0 dan 1 ( $0 < r^2 < 1$ ) dimana semakin tinggi nilai  $r^2$  maka akan semakin baik

yang berarti bahwa keseluruhan variabel bebas secara bersama-sama mampu menerangkan variabel terikatnya. Koefisien determinasi dihitung dengan rumus :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Dimana :

$Kd$  = Koefisien determinasi

$r^2$  = koefisien korelasi

Kriteria  $Kd$  untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

1. Jika  $Kd$  mendekati nol (0), maka pengaruh media promosi terhadap Keputusan pembelian lemah.
2. Jika  $Kd$  mendekati satu (satu), maka pengaruh media promosi terhadap Keputusan pembelian kuat.

### 3.6.3.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara variabel  $X_1$  (Media Promosi) dan  $X_2$  (Kualitas produk) dan  $Y$  (Keputusan pembelian). Rumus yang dikemukakan adalah sebagai berikut :

$$R^2 = \frac{JK(Reg)}{\Sigma Y^2}$$

$R^2$  = koefisien korelasi ganda

$JK_{reg}$  = jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

$\Sigma Y^2$  = Jumlah kuadrat total korelasi dalam bentuk deviasi.

Hubungan atau korelasi variabel yang diteliti dapat dilihat dengan menggunakan analisis yang dikemukakan oleh Sugiyono (2013:184). Adapun pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.5**  
**Kriteria Interpretasi koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Korelasi
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2013:184)

### 3.7 Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis dimaksudkan sebagai cara untuk menentukan apakah hipotesis yang akan diajukan sebaiknya diterima (signifikan) atau ditolak oleh penulis. Rumusan hipotesis sebagai berikut :

#### 1. Uji hipotesis simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji simultan dengan F-test ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1\beta_2 = 0$  : Tidak terdapat pengaruh antara media promosi ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ), terhadap Keputusan pembelian (Y).

$H_a : \beta_1\beta_2 \neq 0$  : Terdapat pengaruh antara media promosi ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ), terhadap Keputusan pembelian (Y).

s koefisien berganda, tariff signifikan 5% dengan rumus sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2 / K}{(1 - R^2)(n - K - 1)}$$

Keterangan :

- F = F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F table (n-K-1) = derajat kebebasan.  
 $R^2$  = koefisien korelasi ganda yang telah ditentukan.  
 K = banyaknya variabel bebas  
 n = ukuran sampel

Perhitungan tersebut akan memperoleh distribusi F dengan pembilang K dan penyebut (n-K-1) dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Tolak  $H_0$  jika  $F_{hitung} > F_{tabel} - H_a$  diterima (signifikan)
- b. Terima  $H_0$  jika  $F_{hitung} < F_{tabel} - H_a$  ditolak (tidak signifikan)

## 2. Uji Hipotesis Parsial

Hipotesis parsial diperlukan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Hipotesis parsial dijelaskan kedalam bentuk statistik sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1 = 0$  : Tidak terdapat pengaruh Media Promosi ( $X_1$ ) terhadap Keputusan pembelian (Y) pelanggan Alisha Fancy Shop cabang Buah Batu.

$H_a : \beta_1 \neq 0$  : Terdapat pengaruh kualitas produk ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) pelanggan Alisha Fancy Shop cabang Buah Batu.

$H_0 : \beta_2 = 0$  : Tidak terdapat pengaruh kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap

Keputusan pembelian (Y) pelanggan Alisha Fancy Shop cabang Buah Batu.

$H_0 : \beta_2 \neq 0$  : Terdapat pengaruh kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap Keputusan pembelian (Y) pelanggan Alisha Fancy Shop cabang Buah Batu

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus uji t dengan taraf signifikan 5% dengan rumus sebagai berikut :

$$t = r \sqrt{\frac{n - (k + 1)}{1 - r^2}}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel  
r = nilai korelasi parsial  
k(kelas) = subvariabel

Pengujian telah dilakukan, maka hasil pengujian hitung dibandingkan dengan table, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  maka  $H_0$  ditolak.
2. Jika  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  maka  $H_0$  diterima.

### 3.8 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalisasikan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan sebagaimana yang tercantum pada operasionalisasi variabel. Kuesioner ini bersifat

tertutup, dimana pernyataan yang membawa responden ke jawaban alternatif yang sudah ditetapkan sebelumnya, sehingga responden tinggal memilih pada kolom yang telah disediakan.

### **3.9 Lokasi dan waktu Penelitian**

Penelitian yang dilakukan oleh penulis dimulai pada bulan Januari sampai Februari 2018. Lokasi yang dipilih sebagai tempat penelitian adalah di Alisha Fancy Shop cabang Buah Batu yang terletak di Jalan Salendro Utara No.27, Turangga, Lengkong, Kota Bandung.